

ANALISIS HUBUNGAN SIKAP TERHADAP IKLAN DAN PRODUK PADA KONSUMEN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA KARISMA X (Studi kasus di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang)

Oleh: SAMSUL MA'ARIF (00610213)

Management

Dibuat: 2006-06-27 , dengan 3 file(s).

Keywords: Analisis Hubungan Sikap Terhadap Iklan Dan Produk

Penelitian dengan judul “Analisis Hubungan Sikap Terhadap Iklan Dan Produk Pada Konsumen Sepeda Motor Honda Karisma X” merupakan penelitian yang bersifat survey yang dilakukan di kecamatan Lowokwaru Kota Malang.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana respon pasar terhadap keberadaan iklan dan produk sepeda motor Honda Karisma X, ditinjau dari sisi evaluasi dan keyakinan (sikap) mereka terhadap ciri-ciri Objek. Tujuan lainnya adalah untuk melakukan estimasi mengenai hubungan sikap terhadap iklan dengan sikap terhadap produk sepeda motor Honda Karisma X yang dirumuskan dalam sebuah hipotesis.

Dalam hipotesis ini penulis mengasumsikan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara sikap terhadap iklan dengan sikap terhadap produk sepeda motor Honda Karisma X, yang artinya semakin baik sikap konsumen terhadap iklan maka semakin baik pula sikap terhadap produknya

Model Multiatribut Fishbein merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap iklan maupun terhadap produk sepeda motor merek Honda Karisma X.

Sedangkan untuk uji hipotesis penulis menggunakan metode non parametrik korelasi Kendal tau (τ) yang bekerja dengan data ordinal.

Berdasarkan hasil perhitungan secara kuantitatif didapatkan sikap konsumen terhadap iklan sebesar 25.8125. Untuk dapat mengetahui sikap konsumen tersebut berada pada skala penilaian yang mana (Sangat baik, baik, agak baik, agak buruk, buruk, sangat buruk) maka perlu diamati nilai sikap maksimum konsumen terhadap iklan sepeda motor Honda Karisma X. Nilai maksimum untuk sikap terhadap iklan adalah sebesar 40.440 , dari nilai ini dapat diketahui sikap konsumen berada pada rentang agak baik dan baik. Jadi dapat disimpulkan bahwa adanya iklan sepeda motor Honda Karisma X di televisi yang disaksikan oleh masyarakat Kecamatan Lowokwaru mendapat dukungan (respon yang positif).

Berikutnya berdasarkan dari hasil perhitungan sikap konsumen terhadap produk sepeda motor Honda Karisma X didapatkan sikap konsumen terhadap produk sebesar 25.548. Untuk dapat mengetahui sikap konsumen tersebut berada pada skala penilaian yang mana maka perlu diamati nilai sikap maksimum konsumen terhadap produk sepeda motor Honda Karisma X. Nilai maksimum untuk sikap terhadap produk adalah sebesar 40.320 , dari nilai ini dapat diketahui sikap konsumen berada pada rentang agak baik dan baik. Jadi dapat disimpulkan bahwa sepeda motor Honda Karisma X dalam pandangan konsumen di Kecamatan Lowokwaru dinilai baik (respon yang positif)

Dari kedua penilaian tentang sikap terhadap iklan maupun sikap terhadap produk sepeda motor Honda Karisma X, ternyata keduanya mendapatkan respon yang positif dari konsumen dan nilai koefisien korelasi Kendall tau sebesar 0,50 dimana nilai ini lebih besar dari 0 , ini menunjukkan bahwa diantaranya terdapat hubungan.

Hal ini bisa dibuktikan oleh hasil hipotesis, dimana Zhitung (5,17) lebih besar dari Ztabel (1,96)

sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dalam hal ini sikap konsumen terhadap iklan bisa digunakan untuk mengestimasi sikap terhadap produknya. Bisa disimpulkan kalau sikap terhadap iklan itu baik maka sikap terhadap produknya akan baik pula bahkan bisa jadi semakin baik sikap konsumen terhadap iklan maka semakin baik pula sikap terhadap produknya. Maka dari itu perusahaan perlu terus memantau sikap konsumen terhadap kedua obyek ini agar dapat selalu mempertahankan sikap positif konsumen.